

**ANALISIS KELAYAKAN USAHA DALAM PENINGKATAN
KAPASITAS PRODUKSI PRODUK SANTAN “GANG
SEKAWAN”**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



JUANTA VILO

16 06 08679

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

ANALISIS KELAYAKAN USAHA DALAM PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI PRODUK SANTAN “GANG SEKAWAN”

yang disusun oleh

Juanta Vilo

16 06 08679

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 20 November 2020

Dosen Pembimbing I

Dr. Parama Kartika Dewa SP, S.T., M.T.

Tim Penguji,

Penguji 1,

Penguji 2,

Penguji 3,

Yogyakarta, 20 November 2020
Universitas Atma Jaya Yogyakarta,
Fakultas Teknologi Industri,
Dekan,

Dr. A. Teguh Siswantoro, M.Sc.

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Juanta Vilo

NPM : 1606 08679

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Analisis Kelayakan Usaha dalam Peningkatan Kapasitas Produksi Produk Santan "Gang Sekawan"" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2019/2020 yang bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 November 2020

Yang menyatakan,



Juanta Vilo

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh derajat kesarjanaan program studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT.,D.Eng. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Parama Kartika Dewa SP, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sangat baik serta memberikan kritik dan saran sehingga dapat diselesaikannya Tugas Akhir ini.
4. Orangtua serta keluarga yang sudah banyak memberikan masukan sehingga berbagai kendala yang hadir dalam penyusunan Tugas Akhir dapat diselesaikan dan berjalan dengan lancar.
5. Teman – teman yang telah mendukung dalam penulisan Tugas Akhir terutama kepada grup “Unch – unch Calanghe” dan “Manut – manut club” serta teman lainnya diluar grup seperti Olin, Veny dan Jason.
6. Teman – teman teknik Industri angkatan 2016 lainnya dan semua pihak lainnya yang telah membantu dalam pengumpulan data pada Tugas Akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat digunakan sebagaimana mestinya dan semoga dapat bermanfaat bagi pihak lainnya dikemudian hari.

Yogyakarta, 20 November 2020

Juanta Vilo

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	v
	Daftar Tabel	vii
	Daftar Gambar	x
	Intisari	xi
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Perumusan Masalah	3
	1.3. Tujuan Penelitian	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	4
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Dasar Teori	6
3	Metodologi Penelitian	20
	3.1. Tahapan Penelitian	20
4	Data	24
	4.1. Data Aspek Pemasaran	24

4.2. Data Aspek Teknis	25
4.3. Data Aspek Finansial	29
4.4. Suku Bunga dan Inflasi	32
5 Analisis Data dan Pembahasan	33
5.1. Pertimbangan Profil Usaha	33
5.2. Analisis Aspek Pasar	34
5.3. Analisis Aspek Teknis	59
5.4. Analisis Aspek Finansial	62
6 Kesimpulan dan Saran	74
6.1. Kesimpulan	74
6.2. Saran	75
Daftar Pustaka	xii
Lampiran	xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Data Spesifik Pekerjaan	25
Tabel 4.2.	Investasi Awal	30
Tabel 4.3.	Biaya Tetap Usaha Pusat	30
Tabel 4.4.	Biaya Variabel Usaha Pusat	31
Tabel 4.5.	Rangkuman Penjualan Februari – Mei 2020	32
Tabel 4.6.	Proyeksi Penjualan Tahunan	32
Tabel 5.1.	Tabel Analisis SWOT	33
Tabel 5.2.	Lembar Kerja 1	35
Tabel 5.3.	Lembar Kerja 2	36
Tabel 5.4.	Lembar Kerja 3	36
Tabel 5.5.	Lembar Kerja 4	37
Tabel 5.6.	Lembar Kerja 5	38
Tabel 5.7.	Lembar Kerja 6	39
Tabel 5.8.	Lembar Kerja 7	40
Tabel 5.9.	Lembar Kerja 8	41
Tabel 5.10.	Perhitungan kebutuhan santan oleh responden pembelian 1 hari	55
Tabel 5.11.	Perhitungan kebutuhan santan oleh responden pembelian 2-3 hari	56
Tabel 5.12.	Perhitungan kebutuhan santan oleh responden pembelian 3-5 hari	56
Tabel 5.13.	Perhitungan kebutuhan santan oleh responden pembelian lebih dari 5 hari	57
Tabel 5.14.	Estimasi penggunaan produk oleh responden Mengurus Rumah Tangga	57
Tabel 5.15.	Estimasi penggunaan produk oleh responden Pegawai Negri / Swasta	58
Tabel 5.16.	Estimasi penggunaan produk oleh responden Wiraswasta	58
Tabel 5.17.	Tabel rangkuman Proporsi	58
Tabel 5.18.	Perhitungan estimasi kebutuhan pasar	58
Tabel 5.19.	Estimasi penjualan pada pembukaan cabang dengan target pasar 17,67%	59

Tabel 5.20.	Biaya tetap tempat usaha pusat	63
Tabel 5.21.	Biaya variabel tempat usaha pusat	63
Tabel 5.22.	Rancangan biaya tetap cabang usaha	64
Tabel 5.23.	Rancangan biaya variabel cabang usaha	64
Tabel 5.24.	Nilai NPV tempat usaha pusat	67
Tabel 5.25.	Nilai NPV Tempat Pembukaan Cabang Usaha	68
Tabel 5.26.	Perhitungan IRR Tempat Usaha Pusat	69
Tabel 5.27.	Hasil Analisis Perhitungan IRR Tempat Usaha Pusat	69
Tabel 5.28.	Perhitungan IRR Tempat Pembukaan Cabang Usaha	69
Tabel 5.29.	Hasil Analisis Perhitungan IRR Tempat Pembukaan Cabang Usaha	69
Tabel 5.30.	Analisis Sensitivitas Bahan Baku Pusat	72
Tabel 5.31.	Analisis Sensitivitas Bahan Baku Pembukaan Cabang	72
Tabel 5.32.	Analisis Sensitivitas Pendapatan Pusat	73
Tabel 5.33.	Analisis Sensitivitas Pendapatan Pembukaan Cabang	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Analisis SWOT	7
Gambar 2.2.	Lembar Kerja 1	8
Gambar 2.3.	Lembar Kerja 2	8
Gambar 2.4.	Lembar Kerja 3	9
Gambar 2.5.	Lembar Kerja 4	9
Gambar 2.6.	Lembar Kerja 5	10
Gambar 2.7.	Lembar Kerja 6	11
Gambar 2.8.	Lembar Kerja 7	12
Gambar 2.9.	Lembar Kerja 8	12
Gambar 3.1.	Metodologi Penelitian	22
Gambar 4.1.	Data Kependudukan Kota Pontianak tahun 2019	24
Gambar 4.2.	Data Upah Minimum Provinsi Kalbar	25
Gambar 4.3.	Tempat usaha pembuatan santan	26
Gambar 4.4.	Rencana tempat pembukaan cabang	27
Gambar 4.5.	PPO Pembuatan Santan	28
Gambar 4.6.	Proses Bisnis Penjualan Santan	29
Gambar 5.1.	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	41
Gambar 5.2.	<i>Pie Chart</i> Rentang Usia	41
Gambar 5.3.	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	42
Gambar 5.4.	<i>Pie Chart</i> Pendapatan	42
Gambar 5.5.	<i>Pie Chart</i> Jumlah Pembelian Santan	43
Gambar 5.6.	<i>Pie Chart</i> Lama Penggunaan Santan dengan Jumlah yang Dibeli	43
Gambar 5.7.	<i>Pie Chart</i> Patokan Utama Memilih Produk	44
Gambar 5.8.	<i>Pie Chart</i> Harga Santan yang diketahui di Pasaran	44
Gambar 5.9.	<i>Pie Chart</i> Jenis Santan yang Dibeli	45
Gambar 5.10.	<i>Pie Chart</i> Jumlah Kunjungan ke Rumah Produksi	45
Gambar 5.11.	<i>Pie Chart</i> Uji Ketahuan terhadap Rumah Produksi Santan	46
Gambar 5.12.	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	47
Gambar 5.13.	<i>Pie Chart</i> Rentang Usia	47
Gambar 5.14.	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	48
Gambar 5.15.	<i>Pie Chart</i> Pendapatan	49

Gambar 5.16.	<i>Pie Chart</i> Jumlah Pembelian Santan	49
Gambar 5.17.	<i>Pie Chart</i> Lama Penggunaan Santan dengan Jumlah yang Dibeli	50
Gambar 5.18.	<i>Pie Chart</i> Patokan Utama Memilih Produk	50
Gambar 5.19.	<i>Pie Chart</i> Harga Santan yang diketahui di Pasaran	51
Gambar 5.20.	<i>Pie Chart</i> Jenis Santan yang Dibeli	52
Gambar 5.21.	<i>Pie Chart</i> Ketertarikan Responden terhadap Santan Segar	52
Gambar 5.22.	<i>Pie Chart</i> Uji Ketahuan terhadap Rumah Produksi Santan	53
Gambar 5.23.	<i>Pie Chart</i> Kunjungan ke Rumah Produksi	53
Gambar 5.24.	Tata Letak Usaha	59
Gambar 5.25.	Kios Lokasi Pembukaan Cabang Usaha	60
Gambar 5.26.	Tampak depan lokasi kios	60
Gambar 5.27.	<i>Cash Flow</i>	64

INTISARI

Usaha Rumah Produksi Santan “Gg. Sekawan” merupakan salah satu rumah produksi santan dengan penggunaan mesin untuk menghasilkan produk santan. Jumlah penjualan yang diperoleh usaha ini sangat tinggi dengan rata – rata penjualan mencapai 80 kg/hari namun angka ini masih dinilai kecil dibandingkan dengan pesaing yang berada di daerah sekitar. Selain itu, jumlah kebutuhan masyarakat akan produk juga sangat tinggi sehingga diperlukan adanya peningkatan produksi dengan cara pembukaan cabang. Berdasarkan hal tersebut diperlukan analisis kelayakan dari Rumah Produksi Santan “Gg. Sekawan” yang bertujuan untuk menilai kelayakan pembukaan cabang usaha untuk peningkatan kapasitas produksi.

Studi kelayakan diawali dengan identifikasi masalah, studi pustaka dan survey terhadap konsumen potensial dan *brainstroming* dengan pemilik usaha. Setelah itu dilanjutkan dengan melakukan analisis SWOT pada usaha, analisis kelayakan usaha berupa analisis pasar, analisis teknis dan analisis finansial serta analisis sensitivitas.

Berdasarkan analisis kelayakan usaha dilihat dari aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial untuk pembukaan cabang baru dinyatakan layak. Hasil analisis pasar menunjukkan kebutuhan produk santan yang tinggi yaitu dengan estimasi mencapai 75980,39 kg/bulan pada kecamatan Pontianak Barat. Hasil analisis aspek finansial pada pembukaan cabang yang baru adalah usaha layak dijalankan dengan *NPV* sebesar Rp 234.518.850, nilai *IRR* lebih besar dari *MARR* yaitu 261% lebih besar dari 6,3%, *payback period* selama 9,2 bulan, dan *profitability indeks* sebesar 11,55.

Kata kunci: Analisis Kelayakan, Pembukaan Cabang, Santan

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki luas perairan mencapai 6.400.000 km² dan luas daratan mencapai 2.010.000 km². Indonesia mengandalkan sektor pertanian dan perkebunan serta perikanan sebagai salah satu roda penggerak perekonomian. Sektor ini memegang peranan penting perekonomian nasional yaitu hasil yang dapat diolah oleh penduduk sebagai bahan pangan serta dapat diekspor ke berbagai negara.

Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2018, perkebunan di Indonesia menghasilkan beberapa sumber daya alam utama yaitu kelapa sawit, kelapa, karet, kopi, kakao, tebu, teh dan tembakau. Produk hasil perkebunan dikonsumsi sebagian besar masyarakat dan diekspor ke berbagai negara sebagai bahan baku industri terutama kelapa sawit dan karet. Total ekspor yang diperoleh pada sektor perkebunan pada tahun 2018 mencapai Rp 393,4 triliun (kurs Rp 14.000,-).

Salah satu hasil komoditi perkebunan adalah kelapa. Jumlah hasil panen kelapa mencapai 2.899.700 ton pada tahun 2018 dengan luas areal perkebunan mencapai 3.417.951 hektar pada tahun 2018. Nilai ekspor yang dihasilkan oleh sektor perkebunan kelapa yaitu mencapai 1,27 miliar USD dengan harga rata – rata Rp 273.313,-/100 butir kelapa. Menurut badan pusat statistik (BPS) rata – rata konsumsi kelapa oleh masyarakat Indonesia sendiri adalah 0,133 butir perkapita perminggu pada tahun 2013.

Penggunaan buah kelapa yang umum adalah dengan mengonsumsinya sebagai makanan atau diolah menjadi santan. Santan merupakan hasil peras dari kelapa parut dengan pencampuran air maupun secara murni. Jumlah penggunaan santan dalam masakan/minuman olahan di Indonesia cukup banyak terutama masakan dari wilayah sumatera, jawa dan kalimantan. Masakan dengan penggunaan santan dapat ditemui mulai dari menu sarapan seperti layaknya nasi uduk dan nasi kuning, menu makan siang dapat ditemukan seperti masakan padang, masakan melayu, soto dan lain sebagainya. Selain itu menu beberapa minuman khas di Indonesia juga menggunakan santan yang lebih muda dibanding santan untuk masak yaitu seperti es buah, cendol, es pisang hijau dan lain sebagainya. Hal ini menunjukkan jumlah permintaan yang tinggi dari santan. Jenis santan olahan

dapat dibagi menjadi 2 klasifikasi yaitu jenis santan yang tua / berminyak cocok untuk dijadikan masakan serta jenis santan yang muda cocok untuk dijadikan olahan minuman.

Permintaan santan yang tinggi dengan jumlah kelapa yang ada beredar dimasyarakat menjadikan peluang yang besar untuk dijadikan sebuah usaha. Manfaat yang diperoleh dari industri pengolahan santan adalah mudahnya masyarakat untuk memperoleh santan yang dapat digunakan secara langsung tanpa harus melakukannya secara manual. Pengolahan santan dapat dilakukan secara manual yaitu dengan memarut kelapa secara manual dengan alat parut sederhana kemudian dilakukan dengan memeras hasil parutan (menggunakan tangan) dengan tambahan campuran air yang dapat menghasilkan hingga 52,9% ekstrak buah kelapa (Saprial, 2016). Pengolahan santan dengan skala industri dapat dilakukan dengan penggunaan mesin parut dan mesin peras santan yang dapat menampung kapasitas maksimum hingga 12 kg kelapa parut dengan ekstraksi mencapai lebih dari 70% (Saprial, 2016).

Industri santan berskala UMKM yang terletak di Jalan H.R.A Rachman Gg. Sekawan no.002, Pontianak merupakan salah satu jenis usaha pengolahan santan dengan menggunakan mesin parut dan mesin peras santan. Produk utama yang dijual adalah produk santan tua segar dan santan muda segar. Produk yang dihasilkan didistribusikan kepada pelanggan yang datang ke lokasi UMKM maupun dapat dilakukan dengan pemesanan via telepon. Sasaran utama dari usaha santan kelapa adalah sektor usaha kuliner seperti rumah makan, pembuatan kue dan jajanan, usaha es buah dan ibu rumah tangga.

Berdasarkan kepada jumlah penjualan santan yang dapat dipenuhi oleh UMKM, maka prospek usaha pembuatan santan layak untuk dipertimbangkan. Usaha pembuatan santan menyumbang nilai perekonomian yang dikelola oleh perorangan dengan memanfaatkan sumber daya alam khususnya di provinsi Kalimantan Barat. Kapasitas produksi yang perlu dicapai oleh UMKM berdasarkan pada kebutuhan pasar dinilai kecil sehingga perlu dilakukan peningkatan kapasitas produksi. Peningkatan kapasitas produksi yang dapat dilakukan adalah dengan penambahan mesin produksi pada lokasi usaha. Namun lokasi usaha yang dimiliki saat ini tidak lagi dapat dilakukan penambahan mesin sehingga perlu dilakukan pembukaan cabang usaha serta perlu dilakukan analisis kelayakan usaha pembukaan cabang.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan dapat dirumuskan masalah yang muncul yaitu bagaimana menganalisis kelayakan usaha pembukaan cabang rumah pembuatan santan sebagai peningkatan kapasitas produksi untuk mencapai kebutuhan pasar.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha rumah pembuatan santan dalam pemenuhan kebutuhan pasar. Analisis kelayakan membantu UMKM untuk menentukan potensi yang dimiliki pembukaan cabang baru berdasar kepada kebutuhan pasar.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah disajikan menurut dengan keadaan lapangan sehingga data – data yang diperlukan disesuaikan dengan kebutuhan sehingga tidak diperlukan adanya pembahasan hal – hal lain dari topik utama. Batasan masalah yang hadir berupa:

- a. Data penjualan dilihat dari jumlah penjualan dimulai dari bulan Februari – Mei 2020.
- b. Penjualan produk dilakukan secara langsung maupun melalui pesanan.
- c. Proyeksi penjualan pembukaan cabang dilakukan dengan riset oleh sejumlah responden
- d. Area penjualan produk terpusat kepada Kecamatan Pontianak Barat

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

Riset pasar merupakan proses yang dilakukan dengan cara mengevaluasi kelayakan suatu produk maupun suatu layanan dengan cara dilakukan penelitian secara langsung dengan konsumen yang dituju. Riset pasar dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan pendapat yang kemudian dijadikan suatu kajian untuk pengambilan keputusan untuk pemasarannya suatu produk atau jasa. Informasi yang diperoleh dengan pencapaian pengambilan keputusan melalui riset pasar membantu suatu usaha untuk menentukan skala prioritas bagi konsumen. Riset pasar dapat dilakukan dalam bentuk wawancara terhadap target konsumen, melalui kuesioner, maupun melalui observasi secara langsung.

Penelitian pada usaha warung “BURJO” di dusun Karang Gayam, Catur Tunggal yang dilakukan oleh Rinofah, dkk (2017) bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha rumah makan tersebut. Diketahui bahwa peneliti menggunakan analisis finansial berupa analisis *Payback Period (PP)*, *Net present value (NPV)* dan *Internal rate of return (IRR)* dengan hasil berupa usaha tersebut “LAYAK” dikarenakan nilai *PP* bernilai 6,15 bulan, nilai *NPV* 4.864.842 dan nilai *IRR* 12,166%.

Usaha kuliner lainnya yang menggunakan analisis finansial diteliti oleh Afiyah dkk (2015). Afiyah menyimpulkan bahwa analisis kelayakan usaha pendirian *Home Industri* produk Coklat “Cozy” dilakukan dengan menilai aspek – aspek seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek organisasi dan manajemen dan aspek finansial. Hasil yang diperoleh menunjukkan kelayakan pada usaha yang dijalankan yaitu analisis pasar menunjukkan prospek yang baik, teknis dan produksi yang selalu terjaga kualitasnya, organisasi yang menunjukkan baiknya koordinasi dalam proses bisnis. Analisis finansial menunjukkan nilai layak sesuai dengan perhitungan *Payback Period (PP)* yaitu dengan nilai 1 tahun 7 bulan, *Net present value (NPV)* yaitu dengan nilai Rp 116.261.950, *Internal rate of return (IRR)* yaitu dengan nilai 116,33% dan *Profitability Index (PI)* yaitu dengan nilai 12,63.

Pada penelitian oleh Handjojo, dkk (2017) bertujuan menganalisis kelayakan bisnis usaha “Teh Papua”. Handjojo mengemukakan bahwa analisis kelayakan

suatu usaha harus dilakukan dengan memperhitungkan berbagai aspek yang berkaitan dengan berbagai segmen *stakeholder*. Analisis kelayakan dilakukan dengan menganalisa pasar dan pemasaran, analisis teknis dan teknologi, analisa organisasi dan manajemen serta analisis keuangan. Hal ini menunjukkan perlu pertimbangan yang signifikan untuk menilai suatu kelayakan dari sebuah usaha.

Kurniawan (2018) melakukan analisis kelayakan usaha tahu “Gemilang” di Karawang menyimpulkan bahwa aspek penilaian kelayakan usaha dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknologi dan teknikal, manajemen, sosial, lingkungan industri, aspek lingkungan hidup, aspek yuridis dan aspek finansial dengan perhitungan kelayakan investasi berupa *Net present value (NPV)*, *Internal rate of return (IRR)*, *Payback Period (PP)* dan *PI (Profitability index)*. Alwi mengemukakan hasil analisis pada berbagai aspek menunjukkan usaha tahu gemilang merupakan usaha yang layak namun pada aspek manajemen belum layak dijalankan.

Penelitian oleh Primasatya (2014) dalam pembukaan usaha Klappertart dan penelitian oleh Darmawan (2017) dalam pembukaan usaha “Gebyur Keju” adalah dengan melakukan analisis riset pasar pada objek masing – masing. Penulis menggunakan analisis riset pasar untuk mengenal potensi pasar dan minat konsumen. Hasil kuesioner menunjukkan tingginya minat konsumen pada masing – masing produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurani (2015) bertujuan untuk menganalisis peranan riset pasar dan desain produk terhadap pemasaran produk wajan. Penulis berpendapat bahwa dengan riset pasar yang dilakukan oleh produsen wajan memberikan dampak besar yaitu produsen mengerti peluang dan hambatan yang akan dihadapi oleh produk yang ditawarkan. Riset pasar yang dilakukan memberikan peluang baru perusahaan dalam mencapai keinginan konsumen yaitu dengan melakukan desain produk sesuai dengan kebutuhan. Respon yang diperoleh sebagai hasil dari riset pasar memberikan dampak signifikan yaitu dengan meningkatnya jumlah penjualan tiap tahun yaitu sejak 2009 – 2013.

Wirawan, dkk (2017) dalam penelitian mengenai pembukaan cabang baru usaha peyek belut “SIDO URIP” di Kota Yogyakarta mengemukakan analisis awal didasarkan pada riset pasar dengan jumlah responden yang terbukti cukup yaitu dengan pengujian validitas mengenai perilaku konsumen serta pengujian realibilitas yang bertujuan untuk menilai kuesioner yang akan disebar sudah

reliabel. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis aspek pasar yang menyimpulkan bahwa pasar potensial yang dituju menjadi aspek penting dalam penyebaran produk. Hasil responden yang menjadi konsumen potensial merupakan konsumen dengan keinginan untuk membeli suatu produk. Pertimbangan dalam penentuan pasar terdiri dari beberapa faktor yaitu modal usaha, kemampuan/kapasitas produksi, dan faktor persaingan pada pasar.

Penelitian terkini yang dilakukan adalah penelitian berdasarkan pada riset pasar di wilayah sekitar tempat pembukaan usaha. Hal ini bertujuan untuk perluasan dan peningkatan kapasitas produksi. Lokasi usaha memiliki potensi yang baik dilihat dari tidak adanya tempat pembuatan santan segar di daerah tersebut. Penelitian dilakukan dengan pengumpulan data – data primer yaitu penyebaran kuesioner dan data penjualan dari tempat usaha dan data – data sekunder yaitu data geografis dan lain sebagainya. Hasil penelitian ini berupa hasil riset pasar mengenai kebutuhan konsumen serta analisis kelayakan usaha sebagai penilaian suatu usaha dapat dijalankan.

2.2. Dasar Teori

2.2.1. Analisis SWOT

Analisis SWOT diperkenalkan oleh Albert S Humphrey pada 1960 saat memimpin proyek di Stanfor Research Institute yang menggunakan data perusahaan Fortune 500. Analisis SWOT terdiri dari 4 komponen dasar yaitu:

- a. *Strength* (Kekuatan) yaitu suatu nilai yang memberikan nilai tambah bagi suatu kegiatan yang menjadikannya unggul dibandingkan dengan lainnya.
- b. *Weakness* (Kelemahan) yaitu suatu nilai yang memberikan nilai kurang / buruk bagi kegiatan sehingga memiliki kekurangan yang menjadi kendala dibandingkan dengan lainnya.
- c. *Opportunities* (Peluang) yaitu peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan dari suatu kegiatan.
- d. *Threats* (Ancaman) yaitu ancaman yang akan dihadapi oleh suatu kegiatan yang memberikan dampak terhambatnya suatu kegiatan yang dijalankan.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2006). Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman.



Gambar 2.1. Analisis SWOT

Freddy mengemukakan bahwa terdapat 4 kuadran/kelas yaitu:

- a. Kuadran 1 merupakan situasi yang menguntungkan. Suatu usaha harus dapat memaksimalkan peluang yang diperoleh dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki suatu usaha.
- b. Kuadran 2 merupakan ancaman yang diterima oleh suatu usaha. Suatu usaha dapat memanfaatkan kekuatan internal sehingga dapat memanfaatkan peluang jangka panjang.
- c. Kuadran 3 merupakan kendala yang diterima oleh suatu usaha secara internal dari berbagai peluang yang hadir. Langkah yang harus dilakukan oleh suatu usaha adalah meminimalkan masalah internal sehingga dapat memenuhi peluang yang ada.
- d. Kuadran 4 merupakan situasi yang tidak menguntungkan dikarenakan suatu usaha memperoleh berbagai ancaman dan juga menghadapi kelemahan internal. Perlu adanya strategi yang baik untuk meminimalisirnya.

2.2.2. Lembar Kerja

Menurut Doman (2002) terdapat 8 lembar kerja yang dapat membantu dalam menentukan riset pasar sehingga pelaku usaha dapat menganalisis lebih jauh mengenai pasar yang dituju.

PENJABARAN TARGET CUSTOMER	
Jenis Kelamin	
Rentang Usia	
Pekerjaan	
Pendapatan	
Hobi / ketertarikan	
Karakteristik lain	
Manfaat utama yang diperoleh customer dari memilih produk yang kita miliki	

Gambar 2.1. Lembar Kerja 1

HIPOTESIS DAN PERTANYAAN DASAR		
Bisnis/Produk/Jasa saya :		
Hipotesis yang saya uji :		
	Pertanyaan Dasar Riset	Jawaban
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Gambar 2.2. Lembar Kerja 2

KATEGORI DATA SEKUNDER	
Perhatikan kategori data sekunder yang mungkin diperlukan. Gunakan lembar kerja yang kosong untuk menjelaskan kebutuhan data. Kategori dapat ditambahkan sesuai kebutuhan	
	Statistic Demografi
	Data Studi Ilmiah
	Data Survey Media
	Polling Publik
	Informasi Paten dan Merk dagang
	Infomasi Legal
	Alamat dan nomor telp
	Informasi pada prosedur bisnis
	Spesifikasi dan harga
	Lainnya

Gambar 2.3. Lembar Kerja 3

PERTANYAAN TAMBAHAN YANG MUNCUL DARI RISET				
Susun daftar pertanyaan baru yang harus terjawab mengenai riset yang dilakukan. Jenis data berupa data primer atau data sekunder yang mungkin dapat menjawab pertanyaan tambahan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dapat berupa survei, polling dan riset lainnya.				
No	Pertanyaan Tambahan	Data Primer	Data Sekunder	Metode yang memungkinkan
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

Gambar 2.4. Lembar Kerja 4

MENGUJI HIPOTESIS				
Hipotesis yang diuji :		<hr/>		
		<hr/>		
		<hr/>		
No	Temuan Penting pada Penelitian			
1				
2				
3				
4				
5				
6				
Kesimpulan Hipotesis				
1	Apakah hipotesis masih valid?	<input type="checkbox"/>	YA	<input type="checkbox"/> TIDAK
2	Jika YA, apakah masih ada bagian yang perlu untuk diteliti lebih lanjut?	<input type="checkbox"/>	YA	<input type="checkbox"/> TIDAK
3	Jika TIDAK, apakah Anda akan:			
	a) Menulis ulang atau memperbaiki hipotesis?	<input type="checkbox"/>	YA	<input type="checkbox"/> TIDAK
	b) Mengumpulkan informasi lebih lanjut?	<input type="checkbox"/>	YA	<input type="checkbox"/> TIDAK
	c) Membatalkan penelitian?	<input type="checkbox"/>	YA	<input type="checkbox"/> TIDAK
4	Hipotesis yang baru:	<hr/>		
<hr/>				
<hr/>				
<p>Apabila hipotesis masih membutuhkan elemen yang perlu didukung atau dibantah atau anda perlu memperbaiki hipotesis anda, maka anda perlu mengumpulkan informasi lebih lanjut</p>				

Gambar 2.5. Lembar Kerja 5

APA YANG SUDAH DIKETAHUI TERKAIT BISNIS YANG BERJALAN
Uraikan tentang apa yang anda ketahui terhadap customer anda, kebutuhan, keinginan, ekspektasi serta persepsi terhadap bisnis yang berjalan dengan menjawab beberapa pertanyaan berikut.
1. Tanggapan seperti apa yang sudah didengar dari konsumen?
a. Komentar positif
b. Komentar negatif
2. Apakah ada permintaan dari konsumen yang dapat saya penuhi?
3. Apakah ada keluhan atau permasalahan pada pelayanan yang saya terima?
<input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
4. Jika YA, apa yang dapat saya lakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen?
5. Apa saja yang sudah saya dengar di sekitar kantor oleh rekan kerja lain? (dari anggota keluarga dan teman jika usaha dioperasikan oleh satu orang)
6. Artikel apa yang baru saja saya lihat yang mungkin akan memberikan sesuatu bagi bisnis saya?
7. Apa yang telah saya pelajari dari organisasi tempat saya berada? Apakah terdapat orang dalam organisasi yang dapat memberikan bantuan bagi saya?
8. Apa yang bisa saya pelajari dari acara, promosi atau penjualan dimasa lampau?
a. Promosi yang sukses
b. Promosi yang kurang sukses
9. Pada musim seperti apa, hari apa, atau pada waktu apa bisnis saya dalam keadaan terbaik, dan mengapa?
10. Apakah terdapat masalah yang tak diungkapkan oleh konsumen atau karyawan? Jika ya, bagaimana cara saya mempelajarinya sehingga meningkatkan produk atau pelayanan saya?

Gambar 2.6. Lembar Kerja 6

PERSAINGAN	
Uraikan apa yang Anda ketahui mengenai persaingan yang dihadapi.	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Gambar 2.7. Lembar Kerja 7

KOMPETITOR	
Kompetitor: _____	
Uraikan apa yang Anda ketahui mengenai kompetitor Anda.	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Gambar 2.8. Lembar Kerja 8

2.2.3. Kuesioner

Menurut McDaniel dan Gates (2018), kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan yang disusun untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan dari penelitian suatu proyek. Untuk merancang kuesioner yang baik, pelaku survey harus mempertimbangkan beberapa hal seperti:

- a. Apakah suatu kuesioner dapat memberikan informasi sebagai salah satu tindakan pengambilan keputusan.

- b. Apakah suatu kuesioner mempertimbangkan target dari responden yang dituju.
- c. Apakah suatu kuesioner memenuhi persyaratan agar data yang diperoleh cukup untuk dianalisis
- d. Apakah suatu kuesioner tidak menimbulkan suatu pertanyaan yang bias

Penentuan sampel pembagian kuesioner menurut Roscoe (1975) adalah dengan menentukan lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk penelitian dan apabila dipecah menjadi subsampel maka ukuran sample adalah minimum 30 untuk tiap kategori.

2.2.4. Studi Kelayakan

Menurut Kasmir (2003), Studi kelayakan adalah kegiatan mempelajari secara mendalam mengenai suatu usaha yang dijalankan dalam rangka menentukan kelayakan suatu usaha untuk dijalankan.

a. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran diawali dengan melakukan riset pasar. Riset pasar secara singkat dikenal sebagai langkah studi untuk memperhitungkan suatu produk di pasar secara spesifik. Riset pasar adalah proses pengenalan terhadap suatu pasar yang tertuju dengan mementingkan berbagai aspek yang timbul dari permintaan pasar. Kemudian lebih lanjut dikenal istilah analisis riset pasar yaitu suatu rancangan, pengumpulan, analisis dan pelaporan data dan temuan secara sistematis, yang relevan dengan situasi pemasaran tertentu (jenis – jenis pasar) yang dihadapi para pemasar atau perusahaan dengan menyajikan data hasil riset dengan maksud untuk dasar pengambilan keputusan pemasaran (Setiani, 2013).

Kotler (2016) menyimpulkan bahwa riset pasar merupakan perancangan, pengumpulan, analisis dan pelaporan yang sistematis dari data relevan dengan kondisi pemasaran yang dihadapi suatu badan usaha.

Sedangkan menurut *American Marketing Association* (AMA) (McDaniel, 2001) riset pasar sebagai fungsi penghubung konsumen, pelanggan dan masyarakat umum dengan pemasar melalui informasi yang digunakan untuk identifikasi dan menentukan peluang dan permasalahan pemasaran; merumuskan, menyempurnakan dan mengevaluasi tindakan pemasaran, memantau kinerja pemasaran serta menyempurnakan pemahaman mengenai pemasaran sebagai

sebuah proses serta pemahaman atas cara – cara yang dapat membuat aktivitas pemasaran menjadi lebih efektif.

Menurut Doman (2002), riset pasar dilakukan sebagai tujuan untuk mengenal pasar yang dituju. Riset pasar bertujuan agar suatu pihak yang menjalankan usaha tertentu dapat mengenal kebutuhan pasar, peluang pasar serta berbagai kendala yang akan timbul sehingga suatu usaha dapat dikenal dalam pasar dan menjaga agar usaha tersebut tetap berjalan sesuai dengan keinginan. Apabila suatu bisnis telah ada maka suatu usaha perlu memahami bahwa:

- i. Bagaimana pelanggan dan pelanggan potensial melihat produk / jasa
- ii. Bagaimana persepsi akan suatu produk / jasa berubah seiring berjalannya waktu
- iii. Ada sesuatu yang baru, pasar yang belum tersentuh untuk suatu produk / jasa
- iv. Kesiapan pelanggan dalam menerima produk / jasa yang baru
- v. Kecocokan harga dengan kebutuhan yang ada
- vi. Ada suatu perkembangan dalam masyarakat yang dapat meningkatkan maupun melemahkan bisnis
- vii. Target yang berubah – ubah sesuai dengan kondisi (umur, geografis, finansial)
- viii. Bagaimana pesaing dapat mencapai kebutuhan pasar sedangkan usaha kita tidak

Analisis pasar membantu suatu usaha dalam menilai potensi yang dapat diperoleh suatu produk / jasa. Menurut *American Demographics magazine* terdapat 4 tujuan utama dari riset pasar yaitu:

- Menganalisis pasar yang dituju
- Menganalisis respon pasar terhadap produk / servis
- Menganalisis efektivitas dari sebuah promosi / iklan
- Perencanaan strategis

Sumber data dari riset pasar ada 2 yaitu:

- i. Data Primer

Yaitu berupa data yang diambil secara langsung dengan segmentasi pasar tertentu dari suatu usaha. Data berupa data dari pelanggan, pelanggan potensial, pekerja, *supplier*, konsultan dan *stakeholder* lainnya yang berhubungan dengan suatu usaha.

ii. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari sumber diluar usaha secara langsung. Data yang diambil dapat berupa sumber literatur seperti jurnal, buku, sistem ekonomi, data produksi dan konsumsi.

b. Aspek Teknis

Aspek teknis dalam analisis kelayakan usaha adalah bagian penting yang diperlukan untuk memastikan gagasan atau rencana yang telah di evaluasi menjadi layak untuk dijalankan. Aspek teknis berupa kesediaan lokasi tempat dilaksanakan suatu usaha, alat dan bahan yang digunakan dalam kegiatan usaha, ketersediaan sumber daya manusia (SDM), serta investasi/dana yang dibutuhkan oleh suatu usaha dalam menjalankan usahanya demi memenuhi kebutuhan pelanggan. Aspek teknis yang menjadi pertimbangan berupa:

i. Lokasi Usaha

Lokasi Usaha menjadi bagian penting dalam memperoleh keberhasilan pangsa yang dituju. Lokasi usaha tertentu dengan kondisi geografis tertentu akan memberikan dampak terhadap usaha yang dijalankan.

ii. Tenaga Kerja

Sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu faktor utama dalam proses produksi. Tenaga kerja tentu harus dapat melakukan kegiatan proses produksi dengan baik serta dapat melayani konsumen dengan baik.

iii. Mesin dan Peralatan

Mesin produksi dipilih dengan spesifikasi tertentu sesuai kebutuhan suatu usaha agar tepat mencapai tujuan.

iv. Bahan Baku

Bahan baku dipilih sesuai dengan spesifikasi produk yang ingin dihasilkan sehingga memenuhi kebutuhan konsumen.

v. Proses Produksi

Proses produksi dirancang sehingga optimal dengan sumber daya yang digunakan.

vi. Volume Produksi

Volume produksi harus relevan dengan prediksi permintaan pasar sehingga dapat mengoptimalkan pendapatan dari pangsa pasar yang dituju.

c. Aspek Finansial

Aspek finansial dalam analisis kelayakan usaha merupakan langkah yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan usaha dari segi keuangan berdasar kepada nilai – nilai yang diperlukan (biaya) sehingga dapat memperoleh laba. Aspek ini diawali oleh investasi yang dilakukan pada suatu jenis usaha. Investasi yang dilakukan berupa pemasukkan dana terhadap suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan diawal berdirinya suatu usaha. Investasi menjadi langkah awal pembiayaan biaya – biaya yang diperlukan untuk menjalankan proses usaha dalam hal ini proses produksi. Investasi yang dilakukan dapat berupa pembelian mesin, peralatan, bahan baku serta biaya – biaya lainnya.

Menurut Kasmir (2012), arus kas didefinisikan sebuah laporan arus kas yang menunjukkan arus kas masuk (pendapatan) dan arus kas keluar (biaya – biaya), sedangkan Harahap (2011) menyimpulkan arus masuk dan arus keluar berdasarkan tiga laporan aktivitas yaitu aktivitas operasi, investasi dan pembiayaan sehingga dapat disimpulkan bahwa arus kas (*Cash Flow*) merupakan arus masuk (pendapatan) dan arus keluar (biaya – biaya) yang meliputi aktivitas – aktivitas investasi, operasi dan pembiayaan. Arus kas terdiri dari 2 jenis arus kas, yaitu *Cash Inflow* dan *Cash Outflow*. *Cash Inflow* merupakan arus kas masuk yang menyatakan aliran uang (*cash*) menjadi pendapatan bagi suatu usaha sedangkan *Cash Outflow* merupakan arus kas keluar yang menyatakan aliran uang menjadi biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu usaha.

Menurut Kasmir (2012) terdapat beberapa kriteria penentuan kelayakan suatu usaha yaitu:

i. Analisis *Net present value* (NPV)

Menurut Alwi (2001), *Net present value* adalah suatu model yang memperhitungkan *cashflow* keseluruhan suatu investasi yang berkaitan dengan waktu dengan *discount rate* tertentu.

Net present value adalah penilaian investasi suatu usaha yang dilakukan dengan menghitung hasil perhitungan *cashflow*. NPV memerlukan prediksi lamanya suatu usaha akan dijalankan, tingkat suku bunga, investasi awal, *net cashflow* tiap satuan waktu serta nilai sisa pada jangka waktu tertentu. Suatu usaha dinyatakan layak apabila nilai NPV dengan suku bunga tertentu memperoleh hasil positif dalam nilai akumulasi berdirinya suatu usaha.

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{C_t}{(1+r)^t} - C_0 \quad (2.1)$$

Keterangan:

NPV = *Net present value*

T = waktu investasi

t = tahun ke – t

C_t = Arus Kas (*Cashflow*) per tahun pada periode t

C₀ = Nilai investasi awal pada tahun ke 0

r = Suku bunga atau *discount rate* (%)

ii. Analisis *Internal rate of return* (IRR)

Analisis *Internal rate of return* digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa mendatang (Swastawati, 2011). *Internal rate of return* adalah penentuan keputusan layak tidaknya suatu usaha dengan membandingkan nilai IRR dan MARR. Penentuan nilai IRR adalah nilai suku bunga fleksibel sesuai kebutuhan yaitu dengan membandingkan suku bunga Bank Indonesia dan suku bunga lainnya yang mewakili / sesuai dengan asumsi yang berbanding dengan suku bunga Bank Indonesia. Menurut Umar (2009) *Minimum Attractive Rate of Return* (MARR) digunakan untuk mengetahui persentase minimum pengembalian yang dapat diterima oleh pelaku usaha. Perhitungan dengan metode IRR menggunakan 2 nilai NPV yang bertolak belakang yakni 1 nilai menunjukkan nilai NPV positif dan nilai lainnya menunjukkan nilai NPV negatif. Perhitungan dilakukan dengan n jangka waktu tertentu. Metode ini menunjukkan suatu usaha “LAYAK” apabila nilai IRR lebih dari MARR.

$$IRR = i_1 + \frac{NPV1}{NPV1 - NPV2} \times (i_2 - i_1) \quad (2.2)$$

Keterangan:

i₁ = tingkat bunga 1 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV1)

i₂ = tingkat bunga 2 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV2)

NPV1 = *net present value* 1

NPV2 = *net present value* 2

$$I_c = I_r + I_f + (I_r)(I_f) \quad (2.3)$$

Keterangan:

- I_c = tingkat bunga setelah memperhitungkan inflasi
 I_r = tingkat suku bunga per tahun pada periode berjalan
 I_f = tingkat inflasi

iii. Analisis *Payback Period* (PP)

Payback Period adalah suatu indikator yang menunjukkan jangka waktu yang diperlukan untuk pengembalian nilai investasi (balik modal) pada suatu usaha. Lamanya waktu ditentukan maksimal yaitu dapat dilakukan dengan analisis *cashflow* sehingga diperoleh lamanya waktu yang dapat menunjukkan keberhasilan pengembalian investasi awal hingga memperoleh keuntungan.

$$PP = n + \frac{(a-b)}{(c-b)} \times 1 \text{ tahun} \quad (2.4)$$

Keterangan:

- n = umur arus kas kumulatif tahun terakhir bernilai negatif
 a = investasi awal
 b = penjumlahan kumulatif arus kas tahun ke $-n$
 c = penjumlahan kumulatif arus kas tahun ke $(n + 1)$

iv. Analisis *Profitability index* (PI)

Profitability index merupakan suatu metode penilaian investasi yang melakukan perbandingan antara keuntungan usaha dengan biaya (investasi) yang harus dikeluarkan untuk menjalankan usaha. Suatu usaha dapat dikatakan layak apabila nilai perhitungan *Profitability index* (PI) lebih dari 1. Jika nilai *Profitability index* (PI) kurang dari 1 maka usaha dikatakan tidak layak.

$$PI = \frac{NPV + I_0}{I_0} \quad (2.5)$$

Keterangan:

- NPV = *Net present value* (Rp)
 I_0 = Investasi Awal

v. Analisis Sensitivitas

Menurut Gittinger (1986), analisis sensitivitas merupakan analisa untuk dapat melihat pengaruh pada suatu keadaan yang berubah – ubah / tak menentu. Analisis Sensitivitas adalah metode yang digunakan untuk mengukur dampak

parameter investasi yang diterapkan dapat berubah dikarenakan faktor situasi dan kondisi umur investasi. Perubahan yang terjadi dapat berupa perubahan tarif biaya produksi dan jumlah pendapatan yang terjadi pada suatu usaha yang akan mempengaruhi hasil perhitungan analisis kelayakan aspek finansial terutama pada nilai *Net Present Value (NPV)*, *Internal rate of return (IRR)*, *Payback Period (PP)* dan *Profitability index (PI)*.



BAB 6

KESIMPULAN dan SARAN

6.1. Kesimpulan

Pada penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kebutuhan produk santan yang mengutamakan santan yang bersih sangat tinggi dibanding aspek lain seperti harga yang murah dan kualitas santan yang bagus (kental). Hasil responden menunjukkan ketertarikan produk santan dengan faktor utama produk memiliki harga yang murah dengan persentase 12%, patokan utama kualitas produk dengan persentase 25,4% serta pertimbangan pada aspek kebersihan menjadi paling tinggi yaitu dengan persentase 62,7%.
- b. Hasil analisis aspek pemasaran menunjukkan daya beli masyarakat di kecamatan Pontianak Barat cukup tinggi dengan jumlah kebutuhan mencapai 75980,39 kg santan tiap bulan dari jumlah populasi 64330 orang. Pemenuhan kebutuhan pangsa pasar 17,67% oleh pihak manajemen dilakukan atas pertimbangan aspek teknis pembukaan cabang baru dengan nilai investasi awal yang sama dengan pusat sehingga proyeksi penjualan serupa dengan usaha yang telah ada.
- c. Hasil analisis aspek teknis pada lokasi pusat menunjukkan bahwa usaha sudah layak karena area kerja yang memadai tetapi tidak dapat dilakukan penambahan mesin untuk meningkatkan kapasitas produksi. Bentuk peningkatan yang dapat dilakukan adalah dengan membuka cabang yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Hasil analisis aspek teknis pada lokasi perencanaan cabang diasumsikan sama dikarenakan lokasi memiliki luas yang tidak jauh berbeda dengan lokasi usaha pusat.
- d. Hasil analisis aspek finansial pada cabang layak untuk dijalankan dikarenakan nilai NPV menunjukkan NPV lebih besar dari 1 yaitu Rp 244.485.902,-, nilai IRR lebih dari MARR yaitu 261%, *Payback Period* selama 9,2 bulan serta nilai *Profitability Index* (PI) lebih dari 1 yaitu dengan nilai 11,55.
- e. Analisis sensitivitas menunjukkan usaha cabang tidak layak apabila biaya bahan baku mencapai kenaikan 43% dari harga bahan baku awal atau pendapatan menurun hingga 20% pertahun.

Dari hasil berbagai analisis kelayakan menunjukkan bahwa usaha pembuatan santan kelapa “Gang Sekawan” layak dijalankan serta layak dibuatkan

pengembangan usaha / cabang sebagai hasil peningkatan kapasitas produksi berdasarkan kepada jumlah permintaan pasar yang tinggi.

6.2. Saran

Berikut merupakan saran yang dapat diberikan kepada pemilik usaha:

a. Aspek pemasaran

Perlu adanya penetrasi pasar yang dilakukan lebih baik sehingga ekspektasi penjualan berdasarkan kapasitas yang dimiliki dapat terpenuhi. Pemasaran yang dilakukan harus lebih *intensive* dengan cara menawarkan ke berbagai sektor terlebih kepada sektor rumah makan yang menggunakan jumlah santan yang cukup besar. Berdasarkan riset pasar hasil menunjukkan kebutuhan produk oleh sektor wiraswasta sangat tinggi yaitu dengan kebutuhan 148,82 kg/bulan sehingga perlu adanya menjalin kerja sama penyediaan produk untuk sektor wiraswasta.

b. Aspek teknis

Perlu adanya pertimbangan biaya perawatan gedung / kios agar lokasi pembukaan cabang tetap berjalan baik kedepannya. Pertimbangan harga dan kualitas bahan baku yang selalu berubah – ubah sebaiknya menggunakan supplier dari 1 pihak saja yang dapat secara konsisten memasok bahan baku berkualitas. Perlu diperhatikannya area kerja yang tidak terlalu luas sehingga membuat kegiatan kerja sedikit terhambat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, A., Saifi, M., & Dwiatmanto. (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industri. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(1).
- Alwi, Syafiruddin. (2001). *Manajemen sumber daya manusia / Syafaruddin Alwi*. Yogyakarta: (Skripsi). Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Darmawan, N.P. (2017). *Riset Pasar untuk Memulai Usaha Baru Kuliner “Gebyur Keju”*. (Skripsi). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Direktorat jendral Perkebunan. (2019). Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kelapa Tahun 2018 – 2020. Indonesia: Sekretariat Direktorat Jendral Perkebunan.
- DISDUKCAPIL. (2020, Juli 29). *Jumlah Penduduk Kota Pontianak semester 1 tahun 2019*. Diakses tanggal 29 Juli 2020 dari <https://disdukcapil.pontianakkota.go.id/jumlah-penduduk-kota-pontianak-semester-i-tahun-2019-berjumlah-667053-jiwa>
- Disnakertrans. (2020, Juli 29). UMP dan UMK KABKOTA Provinsi Kalimantan Barat Tahun 2020. Diakses tanggal 29 Juli 2020 dari <https://disnakertrans.kalbarprov.go.id/index.php/informasi/detil/88/UMP-DAN-UMK-KABKOTA-PROVINSI-KALIMANTAN-BARAT-TAHUN-2020>
- Doman, D., Dennison, D., & Duman, M. (2002). *Market Research Made Easy* (2nd edition). North Vancouver: Self-Counsel Press.
- Gittinger, J. P. (1986). Analisa ekonomi proyek – proyek pertanian. Universitas Indonesian (UI-Press).
- Handjojo, E. S., Syarief, R. & Sugiyono. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Teh Papua (*Vernonia amygdalina*). *Jurnal Manajemen IKM IPB*, 12(2). 145 – 150.
- Kasmir & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Predana Media Grup.
- Kasmir & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi 8). Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., Keller, K., Goodman, M., Brady, M. & Hansen, T. (2016). *Marketing Management* (Edisi 3). London: Pearson.

- Kurniawan, A. (2018). *Analisis Kelayakan Usaha Tahu Gemilang di "Karawang"*. (Skripsi). Institut Teknologi Nasional Malang.
- McDaniels, C., & Gates, R. (2018). *Marketing Research* (Edisi 11). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Nurani, S. R. (2015). Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2). 127 – 130.
- Primasatya, A.G. (2014). *Riset Pasar untuk Memulai Usaha Baru Klappertaart*. (Skripsi). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rinofah & Kurniawan. (2016). Analisis Kelayakan Usaha Warung "BURJO" (Studi Kasus di Dusun Karang Gayam, Catur Tunggal, Depok Sleman, Yogyakarta). *Jurnal IKB Desember 2016*, 19(X).
- Roscoe, J.T. (1975). *Fundamental Research Statistics for The Behavioral Sciences*. New York: Holt, Rineheart and Winston.
- Saprial. (2016). *Analisis Usaha Santan Kelapa di Pasar Modern Pasir Pengaraian Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu*. (Karya Ilmiah). Universitas Pasir Pengarian.
- Setiani, A. (2013). *Analisa dan Riset Pasar 1*. Depok: Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Umar, H. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wirawan, F. A., Chumaidiyah, E., & Aryani, S. (2017). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Baru Bisnis Usaha Kecil Menengah Peyek Belut Sido Urip Secara Online dan Offline di Kota Yogyakarta. *E-Proceeding of Engineering*, 4(3). 4508 – 4515.

LAMPIRAN 1

N o	Nama Barang	Jum lah	Useful Life (Tahun)	Nilai Ekonomis	Total Nilai Ekonomis	Nilai Sisa	Total Nilai Sisa	Depresiasi / tahun
1	Mesin Parut	1	10	Rp 2,000,000	Rp 2,000,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 180,000
2	Mesin Peras Santan	1	10	Rp 17,000,000	Rp 17,000,000	Rp 1,700,000	Rp 1,700,000	Rp 1,530,000
3	Lemari Es / Cooler	1	10	Rp 2,900,000	Rp 2,900,000	Rp 290,000	Rp 290,000	Rp 261,000
4	Peralatan Obeng dan kunci	1	10	Rp 150,000	Rp 150,000		Rp -	Rp 15,000
5	Timbangan	1	10	Rp 150,000	Rp 150,000		Rp -	Rp 15,000
6	Parang Pemotong Kelapa	3	5	Rp 15,000	Rp 45,000		Rp -	Rp 3,000
7	Pencungkil	3	2	Rp 3,000	Rp 9,000		Rp -	Rp 1,500
8	Tatakan Kelapa	3	2	Rp 3,000	Rp 9,000		Rp -	Rp 1,500
9	Ember Kecil (15 L)	2	5	Rp 30,000	Rp 60,000		Rp -	Rp 6,000
10	Ember Besar (30 L)	2	5	Rp 40,000	Rp 80,000		Rp -	Rp 8,000
11	Ember Cuci / Baskom	2	5	Rp 25,000	Rp 50,000		Rp -	Rp 5,000
12	Drum Air (120 L)	1	10	Rp 180,000	Rp 180,000		Rp -	Rp 18,000
13	Penyaring	4	1	Rp 11,000	Rp 44,000		Rp -	Rp 11,000
14	Gelas Ukur 1 L	1	5	Rp 16,000	Rp 16,000		Rp -	Rp 3,200
15	Gelas Ukur 2 L	1	5	Rp 32,500	Rp 32,500		Rp -	Rp 6,500
16	Teko Plastik	2	5	Rp 22,000	Rp 44,000		Rp -	Rp 4,400
17	Pisau Pamarut	2	1	Rp 15,000	Rp 30,000		Rp -	Rp 15,000
18	Sendok Nasi	2	5	Rp 5,000	Rp 10,000		Rp -	Rp 1,000
19	Sendok Pengaduk	1	5	Rp 5,000	Rp 5,000		Rp -	Rp 1,000
20	Kemasan Plastik	4		Rp 6,500	Rp 26,000		Rp -	
21	Kursi Plastik	2	5	Rp 17,500	Rp 35,000		Rp -	Rp 3,500
22	Meja	1	10	Rp 150,000	Rp 150,000		Rp -	Rp 15,000

23	Kipas Angin	1	10	Rp 130,000	Rp 130,000	Rp 13,000	Rp 13,000	Rp 11,700
TOTAL		Rp 23,155,500			Rp 2,203,000		Rp 2,116,300	



LAMPIRAN 2

CASHFLOW							
No	Uraian	Tahun ke					
		0	1	2	3	4	5
1	Cash Inflow						
	Pendapatan penjualan		Rp 293,155,200	Rp 293,155,200	Rp 293,155,200	Rp 293,155,200	Rp 293,155,200
	Nilai sisa aset						
	Penyaring		Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
	Pisau Pamarut		Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
	Pencungkil			Rp -		Rp -	
	Tatakan Kelapa			Rp -		Rp -	
	Ember Kecil (15 L)						Rp -
	Ember Besar (30 L)						Rp -
	Ember Cuci / Baskom						Rp -
	Gelas Ukur 1 L						Rp -
	Gelas Ukur 2 L						Rp -
	Teko Plastik						Rp -
	Sendok Nasi						Rp -
	Sendok Pengaduk						Rp -
	Kursi Plastik						Rp 17,500
	Total Nilai sisa aset		Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 17,500
	Total Cash Inflow		Rp 293,155,200	Rp 293,155,200	Rp 293,155,200	Rp 293,155,200	Rp 293,172,700
2	Cash Outflow						
	Investasi Awal	Rp 23,155,500					

	Investasi Aset						
	Penyaring		Rp 44,000	Rp 44,000	Rp 44,000	Rp 44,000	Rp 44,000
	Pisau Pamarut		Rp 30,000	Rp 30,000	Rp 30,000	Rp 30,000	Rp 30,000
	Pencungkil			Rp 9,000		Rp 9,000	
	Tatakan Kelapa			Rp 9,000		Rp 9,000	
	Ember Kecil (15 L)						Rp 60,000
	Ember Besar (30 L)						Rp 80,000
	Ember Cuci / Baskom						Rp 50,000
	Gelas Ukur 1 L						Rp 16,000
	Gelas Ukur 2 L						Rp 32,500
	Teko Plastik						Rp 44,000
	Sendok Nasi						Rp 10,000
	Sendok Pengaduk						Rp 5,000
	Kursi Plastik						Rp 35,000
	Total Investasi Aset		Rp 74,000	Rp 92,000	Rp 74,000	Rp 92,000	Rp 406,500
	Cost Of Goods Sold		Rp 144,072,000	Rp 144,072,000	Rp 144,072,000	Rp 144,072,000	Rp 144,072,000
	Biaya Operasi		Rp 85,179,600	Rp 85,179,600	Rp 85,179,600	Rp 85,179,600	Rp 85,179,600
	Pajak Penghasilan		Rp 468,704	Rp 468,704	Rp 468,704	Rp 468,704	Rp 468,704
	Total Cash Outflow	Rp 23,155,500	Rp 229,634,777	Rp 229,652,777	Rp 229,634,777	Rp 229,652,777	Rp 229,967,277
	Net Cash Flow (NCF)	-Rp 23,155,500	Rp 63,520,423	Rp 63,502,423	Rp 63,520,423	Rp 63,502,423	Rp 63,187,923
	Cummulative NCF	-Rp 23,155,500	Rp 40,364,923	Rp 103,867,346	Rp 167,387,769	Rp 230,890,192	Rp 294,078,115

LAMPIRAN 3

CASHFLOW							
No	Uraian	Tahun ke					
		0	1	2	3	4	5
1	Cash Inflow						
	Pendapatan penjualan		Rp 288,000,000	Rp 288,000,000	Rp 288,000,000	Rp 288,000,000	Rp 288,000,000
	Nilai sisa aset						
	Penyaring		Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
	Pisau Pamarut		Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
	Pencungkil			Rp -		Rp -	
	Tatakan Kelapa			Rp -		Rp -	
	Ember Kecil (15 L)						Rp -
	Ember Besar (30 L)						Rp -
	Ember Cuci / Baskom						Rp -
	Gelas Ukur 1 L						Rp -
	Gelas Ukur 2 L						Rp -
	Teko Plastik						Rp -
	Sendok Nasi						Rp -
	Sendok Pengaduk						Rp -
	Kursi Plastik						Rp 17,500
	Total Nilai sisa aset		Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 17,500
	Total Cash Inflow		Rp 288,000,000	Rp 288,000,000	Rp 288,000,000	Rp 288,000,000	Rp 288,017,500
2	Cash Outflow						

	Investasi Awal	Rp 23,155,500					
	Investasi Aset						
	Penyaring		Rp 44,000	Rp 44,000	Rp 44,000	Rp 44,000	Rp 44,000
	Pisau Pamarut		Rp 30,000	Rp 30,000	Rp 30,000	Rp 30,000	Rp 30,000
	Pencungkil			Rp 9,000		Rp 9,000	
	Tatakan Kelapa			Rp 9,000		Rp 9,000	
	Ember Kecil (15 L)						Rp 60,000
	Ember Besar (30 L)						Rp 80,000
	Ember Cuci / Baskom						Rp 50,000
	Gelas Ukur 1 L						Rp 16,000
	Gelas Ukur 2 L						Rp 32,500
	Teko Plastik						Rp 44,000
	Sendok Nasi						Rp 10,000
	Sendok Pengaduk						Rp 5,000
	Kursi Plastik						Rp 35,000
	Total Investasi Aset		Rp 74,000	Rp 92,000	Rp 74,000	Rp 92,000	Rp 406,500
	Cost Of Goods Sold		Rp 141,804,000	Rp 141,804,000	Rp 141,804,000	Rp 141,804,000	Rp 141,804,000
	Biaya Operasi		Rp 85,216,800	Rp 85,216,800	Rp 85,216,800	Rp 85,216,800	Rp 85,216,800
	Pajak Penghasilan		Rp 454,082	Rp 454,082	Rp 454,082	Rp 454,082	Rp 454,082
	Total Cash Outflow	Rp 23,155,500	Rp 227,389,355	Rp 227,407,355	Rp 227,389,355	Rp 227,407,355	Rp 227,721,855
	Net Cash Flow (NCF)	-Rp 23,155,500	Rp 60,610,645	Rp 60,592,645	Rp 60,610,645	Rp 60,592,645	Rp 60,278,145
	Cummulative NCF	-Rp 23,155,500	Rp 37,455,145	Rp 98,047,790	Rp 158,658,435	Rp 219,251,080	Rp 279,529,225

LAMPIRAN 4

N o	Nama Barang	Jumlah	Harga / satuan	Total Harga
1	Mesin Parut	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
2	Mesin Peras Santan	1	Rp 17.000.000	Rp17.000.000
3	Lemari Es / Cooler	1	Rp 2.900.000	Rp 2.900.000
4	Peralatan Obeng dan kunci	1	Rp 150.000	Rp 150.000
5	Timbangan	1	Rp 150.000	Rp 150.000
6	Parang Pemotong Kelapa	3	Rp 15.000	Rp 45.000
7	Pencungkil	3	Rp 3.000	Rp 9.000
8	Tatakan Kelapa	3	Rp 3.000	Rp 9.000
9	Ember Kecil (15 L)	2	Rp 30.000	Rp 60.000
10	Ember Besar (30 L)	2	Rp 40.000	Rp 80.000
11	Ember Cuci / Baskom	2	Rp 25.000	Rp 50.000
12	Drum Air (120 L)	1	Rp 180.000	Rp 180.000
13	Penyaring	4	Rp 11.000	Rp 44.000
14	Gelas Ukur 1 L	1	Rp 16.000	Rp 16.000
15	Gelas Ukur 2 L	1	Rp 32.500	Rp 32.500
16	Teko Plastik	2	Rp 22.000	Rp 44.000
17	Pisau Pamarut	2	Rp 15.000	Rp 30.000
18	Sendok Nasi	2	Rp 5.000	Rp 10.000
19	Sendok Pengaduk	1	Rp 5.000	Rp 5.000
20	Kemasan Plastik	4	Rp 6.500	Rp 26.000
21	Kursi Plastik	2	Rp 17.500	Rp 35.000
22	Meja	1	Rp 150.000	Rp 150.000
23	Kipas Angin	1	Rp 130.000	Rp 130.000
TOTAL				Rp23.155.500

LAMPIRAN 5

KUESIONER RISET PASAR PRODUK SANTAN KELAPA “GANG SEKAWAN”

Salam sejahtera, perkenalkan saya Juanta Vilo, mahasiswa jurusan Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai kelayakan usaha terhadap rumah produksi santan dengan produk utama santan segar tua dan muda. Untuk melengkapi data yang saya butuhkan, saya mohon bantuan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Atas kerja sama dan bantuannya saya ucapkan banyak terimakasih.

Jawablah pertanyaan – pertanyaan berikut:

1. Jenis Kelamin : Pria / Wanita
2. Usia : Tahun

Berilah tanda (X) pada salah satu jawaban yang anda pilih.

3. Pekerjaan :
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Pegawai Swasta / Negeri
 - c. Wiraswasta
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. Lainnya :
4. Pendapatan / Uang saku yang anda peroleh tiap bulan:
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 2.499.000
 - c. Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
 - d. > Rp 5.000.000
5. Berapa banyak jumlah santan yang biasa anda beli?
 - a. < 1 kg
 - b. 1 – 3 kg
 - c. 3 – 5 kg
 - d. > 5 kg
6. Untuk berapa lamakah jumlah pembelian santan diatas (pertanyaan no.5)?
 - a. 1 hari
 - b. 2 – 3 hari
 - c. 3 – 5 hari
 - d. > 5 hari

7. Apa yang menjadi patokan anda untuk memilih produk santan?
- Kualitas
 - Harga
 - Kebersihan
 - Lain – lain:
8. Berapa harga santan segar yang anda ketahui dipasaran (harga per 1 kg santan)?
- < Rp 10.000
 - Rp 10.000 – Rp12.999
 - Rp 13.000 – Rp 15.999
 - > Rp 16.000
9. Jenis olahan santan apa yang biasa anda olah?
- Masakan rumahan (Santan Tua)
 - Jenis kue tertentu (Santan Tua)
 - Minuman (Santan Muda)
 - Lain – lain:
10. Berapa kali anda pernah mengunjungi rumah produksi santan ini?
- 1 kali
 - 2 – 3 kali
 - 4 – 9 kali
 - > 10 kali
11. Bagaimana anda mengetahui rumah produksi santan ini?
-

LAMPIRAN 6

Kuesioner Riset Pasar Produk Santan "Gang Sekawan"

Salam sejahtera, perkenalkan saya Juanta Vilo, mahasiswa jurusan Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY). Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai kelayakan usaha terhadap rumah produksi santan dengan produk utama santan segar tua dan muda. Untuk melengkapi data yang saya butuhkan, saya mohon bantuan bapak/ibu/saudara/I untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Atas kerja sama dan bantuannya saya ucapkan banyak terimakasih.

1. Jenis Kelamin *

- ☐ Pria
- ☐ Wanita

2. Usia *

- ☐ 15 - 25 tahun
- ☐ 26 - 35 tahun
- ☐ 36 - 45 tahun
- ☐ > 45 tahun

3. Pekerjaan *

- ☐ Pelajar / Mahasiswa
- ☐ Pegawai Swasta / Negeri
- ☐ Wiraswasta
- ☐ Ibu Rumah Tangga (Hanya Mengurus Rumah Tangga)
- ☐ Lainnya...

4. Pendapatan / Uang Saku yang anda peroleh tiap bulan *

- ☐ < Rp 1.000.000
- ☐ Rp 1.000.000 - Rp 2.499.000
- ☐ Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000
- ☐ > Rp 5.000.000

5. Berapa banyak jumlah pembelian santan yang biasa anda beli? (Keterangan interval waktu pada pertanyaan berikutnya) *

- ☐ < 1 kg
- ☐ 1 - 3 kg
- ☐ 3 - 5 kg
- ☐ > 5 kg

6. Untuk berapa lamakah jumlah pembelian santan diatas? (pertanyaan no.5) *

- ☐ 1 hari
- ☐ 2 - 3 hari
- ☐ 3 - 5 hari
- ☐ 5 - 7 hari

7. Apa yang menjadi faktor utama anda untuk memilih produk santan? *

- ☐ Kualitas (Kekentalan santan, semakin kental semakin baik)
- ☐ Kebersihan (Hasil santan bersih, minim ampas atau lingkungan rumah produksi bersih)
- ☐ Harga yang murah

8. Berapa harga santan segar yang anda ketahui di pasaran? (harga per kilogram santan) *

- ☐ < Rp 10.000
- ☐ Rp 10.000 - Rp 12.999
- ☐ Rp 13.000 - Rp 15.999
- ☐ > Rp 16.000

9. Jenis olahan santan apa yang biasa anda olah? *

- ☐ Masakan rumahan, Jenis Kue Tertentu (Santan Tua)
- ☐ Jenis Minuman tertentu (Santan Muda)

10. Apakah Anda tertarik dengan Rumah Produksi Santan yang menjualkan produk santan segar *
dibandingkan produk santan kemasan (Olahan PABRIKAN seperti santan KARA, santan SASA)?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak
- ☐ Mungkin

11. Apakah Anda mengetahui lokasi Rumah Produksi Santan "Gang Sekawan" yang terletak di Jl. *
H.R.A Rachman Gg.Sekawan?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

12. Jika Ya, Berapa kali anda pernah mengunjungi rumah produksi santan

- ☐ 1 kali
- ☐ 2 - 3 kali
- ☐ 4 - 9 kali
- ☐ > 9 kali